

QUE DISCURSOS POLÍTICOS PERMEIAM O CONTEÚDO DOS MAIORES INFLUENCIADORES DIGITAIS DE FINANÇAS DO BRASIL EM 2024: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DIFUNDIDO POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

LUMA RAMOS DA COSTA¹; DANIEL DE MENDONÇA²

¹*Universidade Federal de Pelotas – lumaramosdacosta@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – ddmendonca@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

A plataforma de vídeos na internet Youtube, propriedade do Google LLC, atingiu a marca de 144 milhões de usuários no Brasil entre 2024 e 2025, segundo estimativas da empresa proprietária em relatórios a respeito dos resultados obtidos por anúncios veiculados na plataforma (Dourado, 2025).

Dentre os assuntos mais pesquisados na plataforma em 2024 estão informações a respeito das enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul, informações esportivas e relacionadas às Olimpíadas de Paris, além do termo "candidatos à eleição" (Dourado, 2025).

Tais dados vão ao encontro a uma tendência já observada pelos teóricos que se dedicam a compreender as dinâmicas sociais e políticas da atualidade e constatam a influência das redes sociais digitais nas decisões políticas da população.

Casos famosos, como a constatada interferência de informações falsas amplamente divulgada em redes sociais no resultado da eleição presidencial dos Estados Unidos da América de 2016 são exemplos concretos deste fenômeno, mas infelizmente não dão conta de observar a complexidade e dimensão destas relações mediadas por computador no comportamento político-social da população.

O fenômeno dos chamados influenciadores digitais, personalidades com amplo alcance, e constroem posições de autoridades nos nichos os quais estão inseridos, passaram a ocupar espaços antes reservados a famílias, amigos e colegas, mudando drasticamente a dinâmica social, a partir de referências e perspectivas anteriormente não consideradas por esses indivíduos.

O canal intitulado “Me Poupe”, fundado pela jornalista Nathalia Arcuri com o intuito de fornecer educação financeira de forma gratuita e acessível, é o maior do nicho de finanças do Brasil, e possui mais de 7 milhões de inscritos. O segundo canal da mesma categoria, “O Primo Rico”, fundado por Thiago Nigro, conta com mais de 1 milhão de inscritos. Somente estes canais publicaram 54 e 76 vídeos, respectivamente, nos seis primeiros meses de 2025, cerca de 40 horas de conteúdo.

Dentre os temas debatidos, somente em janeiro de 2025, por esses e outros produtores de conteúdo do nicho de finanças pessoais estão as novas normas de monitoramento de transferências via PIX - posteriormente abortadas pelo governo -, o início de governo Trump nos Estados Unidos da América e suas implicações na economia internacional, além de orientações a respeito dos planos de aposentadoria e previdência pública e privada.

A partir disso, considerando a inegável mudança nos meios de comunicação de massa e sua relação direta com o consumo de informações e tomada de decisões políticas, defendemos a importância de analisar

criteriosamente os discursos difundidos por influenciadores digitais do nicho de finanças pessoais com amplo alcance.

Ao longo deste trabalho nos voltaremos aos conteúdos produzidos pelos três maiores canais - em número de inscritos - do referido nicho na plataforma Youtube: Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi, além do canal Nath Finanças, o sétimo em número de inscritos no Brasil, mas o segundo colocado quando consideramos canais comandados por mulheres ainda em atividade.

Por meio de uma análise de discurso a partir da teoria do discurso proposta por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, pretendemos compreender com mais profundidade os discursos difundidos nos canais citados, visando compreender suas relações com ideologias e/ou hegemonias políticas.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa se orienta metodologicamente pela análise de discurso fundamentada na teoria pós-estruturalista de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (1985), a qual comprehende o discurso como uma prática social e política constitutiva da realidade. Segundo essa perspectiva, o discurso é um campo de disputa simbólica no qual diferentes forças competem para fixar sentidos e estabelecer hegemonias. Assim, a análise busca revelar como determinadas significações se tornam dominantes, quais demandas sociais são articuladas, e quais identidades políticas são produzidas, silenciadas ou marginalizadas em contextos discursivos específicos.

O objeto de análise será composto pelas postagens realizadas no YouTube, no formato de vídeos publicados no feed principal dos canais “Me Poupe!”, “O Primo Rico”, “Gustavo Cerbasi” e “Nath Finanças”, ao longo dos seis primeiros meses do ano de 2025. Esses canais foram selecionados com base no critério objetivo de número de inscritos, conforme verificado em levantamento realizado em junho de 2025, sendo os dois canais mais populares do nicho de finanças pessoais no Brasil naquele momento comandados por um homem e os dois com maior alcance comandados por uma mulher.

A coleta dos dados comprehende as seguintes etapas:

1. Catalogação sistemática das postagens realizadas no período delimitado, com registro da data, título, duração e principais temas abordados em cada vídeo;
2. Armazenamento dos vídeos, mediante download e organização em diretório próprio (Google Drive), para garantir acesso contínuo e preservação do material;
3. Transcrição integral do conteúdo verbal dos vídeos selecionados, incluindo trechos falados pelo(s) influenciador(es) e elementos textuais que apareçam na tela;
4. Pré-análise dos dados, com identificação preliminar de tópicos recorrentes, categorias discursivas e possíveis significantes políticos relevantes.

A partir da transcrição, os dados serão analisados com base nos conceitos centrais da teoria do discurso de Laclau e Mouffe, como significantes vazios, cadeias de equivalência, formações hegemônicas e antagonismos discursivos. O objetivo da análise será compreender como os discursos financeiros presentes nesses conteúdos articulam elementos de natureza política, as ideologias são reproduzidas e que efeitos simbólicos e normativos são produzidos sobre os seguidores (1985).

Trata-se de uma abordagem qualitativa, interpretativa e teórico-analítica, que não busca generalizações estatísticas, mas o aprofundamento crítico da estrutura discursiva de conteúdos que, embora apresentados como neutros ou técnicos, carregam implicações políticas significativas. A expectativa é que a análise permita mapear os sentidos políticos mobilizados por esses discursos, seus efeitos de poder e os modos como contribuem para a produção de subjetividades alinhadas a determinados projetos ideológicos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A hipótese central deste trabalho é que os conteúdos produzidos por influenciadores digitais do nicho financeiro — ainda que frequentemente apresentados como neutros e voltados à educação financeira — operam como veículos de reprodução de discursos políticos, especialmente os alinhados à racionalidade neoliberal. Como argumenta Foucault (2008), o neoliberalismo não se reduz a uma doutrina econômica, mas atua como uma tecnologia de governo que orienta condutas e subjetividades, promovendo a figura do sujeito-empreendedor de si.

Ao analisarmos essas narrativas sob a perspectiva da teoria do discurso proposta por Laclau e Mouffe (1985), compreendemos que tais discursos não apenas descrevem práticas econômicas, mas produzem significados políticos, ao articular significantes como “liberdade financeira”, “autonomia” e “mérito individual” em cadeias discursivas que naturalizam uma determinada visão de mundo. Essa construção discursiva opera no campo simbólico para fixar sentidos e estabelecer hegemonias, silenciando ou excluindo outras formas possíveis de pensar a economia, como a solidariedade, a redistribuição ou a intervenção estatal.

A partir da análise discursiva, será possível identificar quais significantes políticos são mobilizados ou ocultados, de que modo os conteúdos reforçam ou contestam formações ideológicas dominantes e como constroem identidades políticas e financeiras entre os seguidores. Como destacam Mendonça e Rodrigues (2014), a teoria do discurso permite revelar as disputas simbólicas que sustentam projetos hegemônicos de sociedade, os quais, no contexto digital, são amplificados pela ação dos influenciadores como agentes de mediação cultural e política.

4. CONCLUSÕES

O trabalho aqui apresentado ainda está em fase inicial, mas tem como principal objetivo analisar o discurso difundido por produtores de conteúdo digital para a plataforma Youtube, voltados ao nicho de finanças pessoais, com o intuito de determinar que discursos políticos permeiam estas mensagens.

A partir da utilização da análise de discurso e com base nas teorias já mencionadas, pretendemos determinar a quais ideias políticas os discursos analisados podem ser relacionados, apontando que aspectos nos levaram aos resultados apresentados e qual é a relevância destes resultados para o campo de estudo em que esta pesquisa se insere.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FOUCAULT, Michel. **NASCIMENTO DA BIOPOLÍTICA**: curso dado no Collège de France (1978-1979). Tradução: E. Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

DOURADO, Bruna. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2025, com insights, ferramentas e materiais**. RD Station, Porto Alegre, 11 fev. 2025. Acessado em 13 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemonía y estrategia socialista**. Madrid, España, 1985.

MENDONÇA, Daniel; RODRIGUES, Léo Peixoto (Orgs). **Pós-estruturalismo e Teoria do Discurso**: em torno de Ernesto Laclau. Porto Alegre, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.